

ного объекта пестротой цифрового оснащения и смещение акцентов на техническое решение.

Однако это не означает, что внедрение цифровых технологий в музейную практику имеет негативный оттенок. Исходя из вышесказанного, можно заключить, что чаще всего грамотное взаимодействие с технологиями дополняет выставку, расширяет возможности музея как в экспозиционном, так и в коммуникационном плане, и главное здесь — четкое понимание функций интерактивных технологий в музейном пространстве.

### Литература

1. Трошина Т. М. Современный интерактивный музей как пространство толерантности. — Екатеринбург, 2008. — 75 с.
2. Bowen J. The virtual museum // Museum International. — 2000. — V. 52. — P. 4–7.
3. Грачева Е. С. Информационные технологии в музеях как средства межкультурной коммуникации // Молодой ученый. — 2010. — № 6. — С. 283–287.

УДК 316.356.4

**Михайлов Антон Юрьевич,**

*студент 3-го курса*

*факультета экономики и управления,*

*Уральского государственного университета путей сообщения*

## **АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ СТРУКТУРЫ СООБЩЕСТВА СЛУШАТЕЛЕЙ РЭПА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»**

**Аннотация.** В данной статье проводится анализ структуры рэп-общества через призму сетевой теории и теории социального пространства. Применяя метод контент-анализа, автор проводит исследование акторов сети, особенностей связей между ними, а также определяет модель и место сети в социальном и физическом пространстве, и рассматривает особенности взаимосвязи сети с другими сетями иных

сообществ. В конечном итоге автор делает выводы не только относительно особенностей структуры данного сообщества, но и выделяет ряд вопросов для дальнейшего исследования данной субгруппы.

**Ключевые слова:** актер, взаимодействие, общность, сеть, сетевая теория, рэп, хип-хоп, социальное пространство, социальная структура.

**Mikhailov Anton,**

*Undergraduate Student of the 3<sup>rd</sup> year*

*Faculty of Economics and Management,*

*Ural State University of Railway Transport*

## **ANALYSIS OF THE FEATURES OF THE STRUCTURE OF THE COMMUNITY OF RAP LISTENERS IN THE SOCIAL NETWORK OF VKONTAKTE**

**Abstract.** This article analyzes the structure of the rap community through the prism of network theory and theory of social space. Using the method of content analysis, the author conducts a study of network actors, the characteristics of the relationships between them, and also determines the model and place of the network in the social and physical space, and considers the features of the relationship of the network with other networks of other communities. Ultimately, the author draws conclusions not only regarding the structural features of this community, but also identifies a number of questions for further research of this subgroup.

**Keywords:** actor, interaction, community, network, network theory, rap, hip-hop, social space, social structure.

Социальные сети являются неотъемлемой частью нашей жизни. В них пользователи делятся новостями, эмоциями, смотрят фильмы, сериалы, слушают музыку, проводя тем самым большую часть своего свободного времени.

Самым популярным жанром музыки «ВКонтакте» является хип-хоп или рэп. Об этом свидетельствуют итоги 2018 года от крупнейшей цифровой музыкальной экосистемы России VK Music и BOOM, в которых отмечается, что самой популярной песней является «Panda E» от рэп-исполнителя CYGO, а альбомом года стал «JANAVI»

от рэп-дуэта HammAli & Navai [1]. Данную тенденцию подтвердил в 2015 году музыкальный портал Spotify, проанализировавший музыкальные предпочтения пользователей со всего мира и сделавший вывод, что хип-хоп является самым востребованным музыкальным жанром в мире [2]. Вместе с этим по результатам исследования «Яндекс.Музыка», в котором сравнили данные за 2013 и 2017 год, прослушивание рэпа в России выросло в два раза за последние четыре года и составляет 9 % от всех прослушиваний [3]. Все выше перечисленное определяет актуальность исследования, посвященного анализу особенностей структуры сообщества слушателей рэпа.

Сегодня в социальной сети «ВКонтакте» существует достаточно много страниц, посвященных теме рэпа, а некоторые из них даже имеют многомиллионную аудиторию подписчиков. В связи с этим нам было важно узнать, кто образует сообщество подписчиков слушателей рэпа, какие роли они выполняют в рамках данной субгруппы, есть ли у них внутренняя стратификация, как выстроены связи между ними внутри сообщества, есть ли агенты-конкуренты или оппоненты. Было важно узнать, какова структура и модель сети, в которую включены различные акторы (активные субъекты сети) [4, с. 222] слушателей рэпа, определить особенности взаимосвязей акторов сети с акторами других сетей.

Исследование было проведено в декабре 2019 года. Так, нами был осуществлен анализ двух топовых групп, посвященных рэпу и хип-хоп культуре в сети «ВКонтакте», а именно «NR» (5 млн подписчиков) и «Рифмы и Панчи» (3,8 млн подписчиков).

Статистика, которую нам удалось получить при помощи сайта Borgi [5], указывает на то, что большинство подписчиков составляют — мужчины (89,8 %) в возрасте от 18 до 24 лет — 61 %, преимущественно проживающих на территории Российской Федерации (84,3 %).

Анализ групп показал, что «любителей репа» можно разделить на три субгруппы: «исполнители» — занимающиеся написанием и исполнением песен, «битмейкеры» — создающие музыку или аранжировки для исполнителей, «обычные слушатели» — прослушивающие треки тех или иных рэп-исполнителей (в этой группе можно выделить «фанатов» [6, с. 232] как отдельную субгруппу — это те,

кто не просто слушают, но и посещают концерты и вообще очень активны в своих проявлениях симпатии к данному направлению в культуре).

Также акторами сети выступают администраторы групп, которые коммуницируют с подписчиками и при необходимости с администрацией «ВКонтакте»; рекламщики, которые осуществляют продвижение товаров, услуг и управляют таргетированной рекламой.

Проведенное исследование позволило нам прийти еще к некоторым выводам: сеть рэп-сообщества разветвленная и социоцентричная; рэп-сообщества фактически не имеют явных оппонентов или конкурентов, другие сообщества в «ВКонтакте» скорее выступают в качестве партнеров; дальнейшего внимания заслуживает проблема взаимоотношений между «исполнителями», «битмейкерами», «слушателями», оценка стратегий их поведения, особенностей их коммуникации и роли в рэп-сообществе.

### Литература

1. Итоги 2018 года от VK Music и BOOM. URL: <https://vk.com/press/press-music-2018> (дата обращения: 18.12.1019).

2. Spotify определил самый популярный музыкальный жанр в мире. URL: <https://lenta.ru/news/2015/07/15/rap/> (дата обращения: 19.12.2019).

3. «Яндекс» рассказал о росте популярности рэпа в России в два раза. URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/20/07/2017/5970b4d59a794755dcad709e](https://www.rbc.ru/technology_and_media/20/07/2017/5970b4d59a794755dcad709e) (дата обращения: 19.12.2019).

4. *Старцева Н. Н., Баталова Д. А.* Потребление в обществе постмодерна (на основе трудов Ж. Бодрийяра) // Культура, личность общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования : материалы XX Международ. конф. памяти проф. Л. Н. Когана. УрФУ им. первого Президента России Б. Н. Ельцина : сб. — Екатеринбург, 2017. — С. 221–226.

5. Статистика сообществ «ВКонтакте». URL: <https://borgi.ru/vk/stats/> (дата обращения: 18.12.2019).

6. *Старцева Н. Н., Баталова Д. А.* Фанатство как модус социальной интеграции // Здоровье, физическая культура и спорт в высшей школе: опыт, проблемы и перспективы : сб. материалов Всерос. заоч. науч.-практ. конф., посвящ. 85-летию Института физической культуры, спорта и молодежной политики. — Екатеринбург, 2018. — С. 231–235.